

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

CV. Vifor Cipta Solusi adalah perusahaan yang bergerak di bidang penyedia alat elektronik. Persaingan dalam bisnis khususnya perusahaan yang bergerak di bidang penyedia alat elektronik semakin banyak. Agar dapat meningkatkan penjualan produk yang dijual, para pelaku bisnis di bidang ini harus mempunyai strategi yang tepat guna mengambil langkah ke depannya. Salah satu cara yang bisa dilakukan oleh perusahaan dengan cara memanfaatkan data dari transaksi penjualan yang ada. Data dari penjualan produk atau data transaksi yang dilakukan oleh perusahaan tersebut lambat laun akan menghasilkan tumpukan data. Sehingga sangat disayangkan jika data transaksi tersebut tidak di analisa kembali. Banyak data penjualan hanya digunakan untuk rekap penjualan dan arsip pada perusahaan tersebut.

Dengan menggunakan data transaksi tersebut, data dapat diolah lebih lanjut sehingga didapatkan informasi baru dari kumpulan data yang ada. Produk pada perusahaan yang ditawarkan bermacam dengan berbagai macam produk serta berbagai tipe, dan terkadang merk juga mempengaruhi masyarakat untuk membeli produk tersebut. Untuk mengetahui produk dengan penjualan terbanyak dan keterkaitan produk satu dengan produk yang lainnya tetap diperlukan, serta pentingnya tetap menjaga tersedianya *stock* berbagai barang yang dibutuhkan oleh konsumen. Di dalam *Database* penjualan yang menyimpan sejumlah *record* transaksi penjualan yang sangat besar dengan setiap *record* memiliki daftar *Item* barang yang dibeli oleh pelanggan dalam satu transaksi. Perusahaan dapat mengetahui jika beberapa kelompok *Item* barang secara konsisten dibeli secara bersama. Sehingga perusahaan dapat menggunakan data olahan tersebut di dalam pengaturan layout toko untuk meletakkan *Item* barang secara optimal dengan keterkaitan satu item dengan lainnya, dapat pula digunakan dalam promosi, atau dalam design katalog dan untuk mengidentifikasi segmen pelanggan berdasar pola pembeliannya. Hasil dari pengolahan data hanya dengan cara sederhana tidak dapat diperoleh hasil yang baik karena besarnya volume data yang diolah dalam satu waktu. Oleh karena itu dibutuhkan suatu

pendekatan baru yang dapat menyediakan suatu informasi yang strategis yaitu menggunakan *Data Mining*.

Data Mining adalah Serangkaian proses untuk menggali nilai tambah berupa informasi yang selama ini tidak diketahui secara manual dari suatu basisdata dengan melakukan penggalian pola pola dari data dengan tujuan untuk memanipulasi data menjadi informasi yang lebih berharga yang diperoleh dengan cara mengekstraksi dan mengenali pola yang penting atau menarik dari data yang terdapat dalam basisdata (Ristianingrum & Sulastri, 2017). Untuk mengetahui kebiasaan pelanggan atau perilaku pelanggan mengenai barang apa saja yang sering dibeli. Dengan penerapan Algoritma Apriori dapat membantu dalam membentuk kandidat kombinasi dari *Item produk*, kemudian dilakukan pengujian apakah kombinasi tersebut memenuhi parameter *support* dan *confidence minimum* yang merupakan batas ambang nilai yang diberikan oleh pengguna. Jika memenuhi parameter *support* dan *confidence* maka hasil tersebut dapat sebagai acuan dalam membantu pihak perusahaan dalam manajemen perencanaan, seperti penentuan pola *Item-set* pembelian barang serta membantu tata letak barang berdasarkan kecenderungan konsumen membeli barang.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti dalam hal ini mengambil judul “ANALISIS KORELASI POLA BELANJA PRODUK KONSUMEN DENGAN APRIORI ” menggunakan proses *Data Mining* dengan metode Apriori tertentu yang nantinya dapat memberikan kemudahan bagi manajemen perusahaan dalam pengambil keputusan serta langkah tepat demi kemajuan dalam perusahaan.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana cara melakukan *knowledge discovery in database* pada data transaksi penjualan dengan algoritma apriori untuk mengetahui kedekatan antar produk?
2. Bagaimana meimplementasikan algoritma apriori untuk mengetahui pola transaksi antar *item* yang yang paling banyak terjual?

3. Bagaimana hasil aturan dari analisis pola transaksi antar *item* yang terjual dengan algoritma apriori sebagai pertimbangan untuk strategi dalam *marketing*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui hubungan atau kedekatan setiap penjualan produk yang paling banyak terjual di Cv. Vifor Cipta Solusi.
2. Mengetahui pola transaksi konsumen dan keterikatan antar produk elektronik yang di beli.
3. Membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan bisnis dalam hal restock maupun strategi *marketing* guna meningkatkan penjualannya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian secara khusus diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan dapat mengenali pola transaksi pembelian konsumen sehingga dapat diketahui informasi kedekatan produk apa saja yang sering muncul.
2. Pola transaksi konsumen yang didapat, menjadi sebuah informasi kecenderungan produk apa saja yang sering terbeli sehingga perusahaan dapat merestock barang.
3. Diharapkan dari informasi yang diperoleh menjadi pertimbangan untuk strategi dalam *marketing*, sehingga barang yang paling laku atau kurang laku dapat dioptimalkan penjualannya.

1.5 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas perlu adanya batasan masalah agar permasalahan yang akan dibahas dapat jelas tidak menyimpang, maka dibuat batasan sebagai berikut :

1. Data yang digunakan adalah data penjualan Cv. Vifor Cipta Solusi januari 2019 sampai desember 2019.
2. Data yang diperoleh dari data pembukuan yang ada di admin penjualan.
3. Data yang digunakan adalah tanggal transaksi dan nama *Item*.